

# 2020-2025年中国婴幼儿奶粉行业市场前景预测及 投资战略规划分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国婴幼儿奶粉行业市场前景预测及投资战略规划分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/490049.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

婴幼儿奶粉，根据不同生长时期婴幼儿的营养需要进行设计的，以奶粉、乳清粉、大豆、饴糖等为主要原料，加入适量的维生素和矿物质以及其他营养物质，经加工后制成的粉状食品。

2019年5月23日，国家发展改革委联合有关部门制定了《国产婴幼儿配方乳粉提升行动方案》。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一章 婴幼儿奶粉产业相关概述

#### 1.1 婴幼儿配方奶粉概述

##### 1.1.1 婴幼儿配方奶粉的概述

##### 1.1.2 婴幼儿奶粉配方的作用

##### 1.1.3 婴幼儿奶粉分段及好处

##### 1.1.4 婴幼儿配方奶粉的分类

##### 1.1.5 婴幼儿配方奶粉发展历程

##### 1.1.6 婴幼儿配方奶粉重要指标

##### 1.1.7 婴幼儿配方奶粉的选择

##### 1.1.8 婴幼儿配方奶粉需要符合的条件

#### 1.2 各式婴幼儿奶粉分析

##### 1.2.1 较大婴儿奶粉(断奶奶粉)

##### 1.2.2 一般奶粉(牛奶)

##### 1.2.3 医疗用奶粉

##### 1.2.4 无乳糖奶粉(豆蛋白奶粉)

##### 1.2.5 低过敏性蛋白水解配方奶粉

### 第二章 2015-2019年中国婴幼儿奶粉行业发展环境分析

#### 2.1 2015-2019年中国宏观经济环境分析

##### 2.1.1 2015-2019年中国GDP分析

##### 2.1.2 2015-2019年中国CPI指数

- 2.1.3 2015-2019年中国居民收入消费情况分析
- 2.1.4 2015-2019年中国社会消费品零售总额分析
- 2.1.5 2015-2019年全社会固定资产投资分析
- 2.1.6 2015-2019年进出口总额及增长率分析
- 2.2 2015-2019年中国婴幼儿奶粉市场政策透析
  - 2.2.1 中国制定乳品奶粉安全国家新标准
  - 2.2.2 乳制品三聚氰胺检测方法国家标准
  - 2.2.3 《奶业整顿和振兴规划纲要》解析
  - 2.2.4 《乳品质量安全监督管理条例》解读
  - 2.2.5 《乳制品工业产业政策（2015-2019年修订）》
  - 2.2.6 《奶粉及婴幼儿食品的部分营养质量和卫生指标》
  - 2.2.7 2015-2019年中国奶粉收储政策分析
- 2.3 2015-2019年中国婴幼儿奶粉行业发展社会环境分析
  - 2.3.1 2015-2019年中国人口及结构总体情况
  - 2.3.2 2015-2019年中国人口及地区分布状况
  - 2.3.3 2015-2019年中国人口出生率情况分析
  - 2.3.4 2015-2019年中国婴幼儿总数及区域分布
  - 2.3.5 2015-2019年中国各省市婴幼儿分布状况
- 2.4 2015-2019年中国乳制品产业环境分析
  - 2.4.1 2015-2019年中国奶类及牛奶产量分析
  - 2.4.2 2015-2019年中国乳制品行业发展概述
  - 2.4.3 2015-2019年中国乳制品行业发展概况
  - 2.4.4 2015-2019年中国乳制品产量增长分析

### 第三章 2015-2019年中国奶粉行业整体运行态势分析

- 3.1 奶粉行业概述
  - 3.1.1 奶粉的分类
  - 3.1.2 国产奶粉质量抽检与质量体系
  - 3.1.3 符合标准的进口奶粉品牌
- 3.2 2015-2019年中国奶粉行业运行总况
  - 3.2.1 中国奶粉市场特点分析
  - 3.2.2 农村奶粉市场分析
  - 3.2.3 民族品牌齐打高端奶粉牌
- 3.3 2015-2019年中国奶粉市场运行动态分析
  - 3.3.1 洋奶粉占优国产品牌欲崛起

- 3.3.2 配方奶粉成为市场竞争热点
- 3.3.3 婴幼儿奶粉市场潜力被看好
- 3.3.4 奶粉向多元化方向发展
- 3.4 2015-2019年我中国奶粉市场热点聚焦
  - 3.4.1 “三鹿奶粉事件”重击奶粉行业
  - 3.4.2 奶粉消费增长率逐渐高于液态奶
  - 3.4.3 2015-2019年中国原料奶粉价格情况
  - 3.4.4 “洋奶粉”价格上涨以及上涨原因分析
  - 3.4.5 2015-2019年进口奶粉关税调整对价格影响
  - 3.4.6 2015-2019年中国乳业首次海外并购分析
  - 3.4.7 2015-2019年国内多种奶粉掀起涨价潮
- 3.5 2015-2019年国外奶粉对中国奶粉行业的冲击分析
  - 3.5.1 2015-2019年进口奶粉低价冲击国产奶业
  - 3.5.2 2015-2019年国内奶粉滞销积压情况严重
  - 3.5.3 进口量激增国产奶粉原料价格逼近临界点
  - 3.5.4 2015-2019年法国合生元“呵护”奶粉上市
  - 3.5.5 韩国每日乳业高端奶粉进入中国市场
  - 3.5.6 美国原产旭贝尔奶粉布局中国高端市场
  - 3.5.7 洋奶粉雄霸国内市场给国产品牌的启示
- 3.6 2015-2019年中国奶粉行业波特五力模型分析
  - 3.6.1 行业内竞争强度
  - 3.6.2 新进入者对行业竞争程度的影响
  - 3.6.3 来自替代品的竞争
  - 3.6.4 供应商的议价能力
  - 3.6.5 购买者的议价能力

#### 第四章 2015-2019年中国婴幼儿奶粉运行新形势透析

- 4.1 2015-2019年全球婴幼儿奶粉市场动态分析
  - 4.1.1 发达国家婴细幼儿奶粉的法律规定
  - 4.1.2 英特儿拓展中国婴幼儿奶粉市场
  - 4.1.3 美国婴幼儿奶粉被指含高氯酸盐
  - 4.1.4 美国第一大婴幼儿奶粉广告诉讼案
- 4.2 2015-2019年中国婴幼儿奶粉市场运行综述
  - 4.2.1 婴幼儿奶粉市场容量高速增长
  - 4.2.2 2015-2019年奶粉企业加大研发力度

#### 4.2.3 婴幼儿奶粉企业售后服务分析

#### 4.2.4 婴幼儿奶粉市场马太效应尽显

### 4.3 2015-2019年中国婴儿配方奶粉市场调研

#### 4.3.1 婴儿配方奶粉用户喂哺方式

#### 4.3.2 消费者对婴儿配方奶粉营养成分了解情况

#### 4.3.3 消费者对婴儿配方奶粉品牌选用情况分析

#### 4.3.4 消费者对婴儿配方奶粉品牌选用的原因

#### 4.3.5 消费者对婴儿配方奶粉作用的关注情况

#### 4.3.6 消费者购买婴儿配方奶粉的途径

#### 4.3.7 消费者对婴儿配方奶粉了解途径

#### 4.3.8 消费者在婴儿配方奶粉上的开支情况

#### 4.3.9 消费者正在使用婴儿配方奶粉品牌情况

## 第五章 2015-2019年中国婴幼儿奶粉市场运行态势分析

### 5.1 2015-2019年中国婴幼儿奶粉行业发展现状分析

#### 5.1.1 2015-2019年中国婴幼儿食品市场规模分析

#### 5.1.2 2015-2019年中国婴幼儿配方奶粉零售量

#### 5.1.3 2015-2019年中国婴幼儿配方奶粉零售规模

#### 5.1.4 2015-2019年中国婴幼儿奶粉代购发展分析

### 5.2 2015-2019年中国婴幼儿奶粉细分市场分析

#### 5.2.1 2015-2019年中国婴幼儿配方奶粉市场结构

#### 5.2.2 2015-2019年中国标准婴儿配方奶粉零售规模

#### 5.2.3 2015-2019年中国幼儿配方奶粉零售规模分析

#### 5.2.4 2015-2019年中国后续配方婴儿奶粉零售规模

### 5.3 2015-2019年中国婴幼儿奶粉市场结构分析

#### 5.3.1 婴幼儿奶粉高端市场分析

#### 5.3.2 婴幼儿奶粉中端市场分析

#### 5.3.3 高端婴幼儿奶粉市场增长迅速

#### 5.3.4 婴幼儿奶粉市场价格的空档

### 5.4 2015-2019年中国婴幼儿奶粉销售中存在的问题

#### 5.4.1 产品线过长质量不高

#### 5.4.2 产品组合深度不够

#### 5.4.3 销售形式传统单一有待整合

#### 5.4.4 终端激励不足促销细化不够

#### 5.4.5 奶粉质量存在的问题分析

## 5.5 2015-2019年中国婴幼儿奶粉市场策略分析

- 5.5.1 提高婴幼儿奶粉产品质量
- 5.5.2 加强品牌推广提升品牌形象
- 5.5.3 知识营销与产品营销相结合
- 5.5.4 开发新的营销渠道
- 5.5.5 改进和提高服务水平

## 第六章 2015-2019年中国婴幼儿奶粉竞争格局分析

- 6.1 2015-2019年中国奶粉市场竞争总体概况
  - 6.1.1 “滚雪球”效应使奶粉业竞争集中
  - 6.1.2 奶粉企业品牌与渠道成竞争关键
  - 6.1.3 国外企业竞相争夺中国奶粉市场
  - 6.1.4 中外奶粉市场大打“奶源”牌
  - 6.1.5 洋奶粉本土化欲垄断国内市场
- 6.2 2015-2019年中国婴幼儿奶粉市场竞争分析
  - 6.2.1 2015-2019年中国婴幼儿奶粉企业竞争分析
  - 6.2.2 2015-2019年中国婴幼儿奶粉品牌竞争格局
  - 6.2.3 2015-2019年中国奶粉市场竞争日益激烈
- 6.3 2015-2019年中国高端奶粉市场竞争状况
  - 6.3.1 洋品牌领跑高端婴幼儿奶粉市场
  - 6.3.2 国内高端婴幼儿奶粉市场空间巨大
  - 6.3.3 高端婴幼儿奶粉市场竞争日益激烈
  - 6.3.4 国产品牌进军高端婴幼儿奶粉市场
- 6.4 中国婴幼儿奶粉行业竞争格局预测分析
  - 6.4.1 外资品牌仍处高端塔尖
  - 6.4.2 国内品牌将呈现两极分化
  - 6.4.3 品牌企业受益营销模式突破

## 第七章 2015-2019年中国婴幼儿奶粉品牌消费情况分析

- 7.1 多美滋
  - 7.1.1 消费者购买渠道分析
  - 7.1.2 消费者购买频率分析
  - 7.1.3 购买人群收入水平分析
  - 7.1.4 购买人群消费比重分析
  - 7.1.5 产品各方面性能比较

### 7.1.6 优势分析

## 7.2 惠氏

### 7.2.1 消费者购买渠道分析

### 7.2.2 消费者购买频率分析

### 7.2.3 购买人群收入水平分析

### 7.2.4 购买人群消费比重分析

### 7.2.5 产品各方面性能比较

### 7.2.6 优势分析

## 7.3 美赞臣

### 7.3.1 消费者购买渠道分析

### 7.3.2 消费者购买频率分析

### 7.3.3 购买人群收入水平分析

### 7.3.4 购买人群消费比重分析

### 7.3.5 产品各方面性能比较

### 7.3.6 优势分析

## 7.4 伊利

### 7.4.1 消费者购买渠道分析

### 7.4.2 消费者购买频率分析

### 7.4.3 购买人群收入水平分析

### 7.4.4 购买人群消费比重分析

### 7.4.5 产品各方面性能比较

### 7.4.6 优势分析

## 7.5 雀巢

### 7.5.1 消费者购买渠道分析

### 7.5.2 消费者购买频率分析

### 7.5.3 购买人群收入水平分析

### 7.5.4 购买人群消费比重分析

### 7.5.5 产品各方面性能比较

### 7.5.6 优势分析

## 7.6 贝因美

### 7.6.1 消费者购买渠道分析

### 7.6.2 消费者购买频率分析

### 7.6.3 购买人群收入水平分析

### 7.6.4 购买人群消费比重分析

### 7.6.5 产品各方面性能比较

## 7.6.6 优势分析

## 7.7 雅培

### 7.7.1 消费者购买渠道分析

### 7.7.2 消费者购买频率分析

### 7.7.3 购买人群收入水平分析

### 7.7.4 购买人群消费比重分析

### 7.7.5 产品各方面性能比较

### 7.7.6 优势分析

## 7.8 飞鹤

### 7.8.1 消费者购买渠道分析

### 7.8.2 消费者购买频率分析

### 7.8.3 购买人群收入水平分析

### 7.8.4 购买人群消费比重分析

### 7.8.5 产品各方面性能比较

### 7.8.6 优势分析

## 7.9 圣元

### 7.9.1 消费者购买渠道分析

### 7.9.2 消费者购买频率分析

### 7.9.3 购买人群收入水平分析

### 7.9.4 购买人群消费比重分析

### 7.9.5 产品各方面性能比较

### 7.9.6 优势分析

## 7.10 光明

### 7.10.1 消费者购买渠道分析

### 7.10.2 消费者购买频率分析

### 7.10.3 购买人群收入水平分析

### 7.10.4 购买人群消费比重分析

### 7.10.5 产品各方面性能比较

### 7.10.6 优势分析

## 7.11 合生元

### 7.11.1 消费者购买渠道分析

### 7.11.2 消费者购买频率分析

### 7.11.3 购买人群收入水平分析

### 7.11.4 购买人群消费比重分析

### 7.11.5 产品各方面性能比较

#### 7.11.6 优势分析

#### 7.12 雅士利

##### 7.12.1 消费者购买渠道分析

##### 7.12.2 消费者购买频率分析

##### 7.12.3 购买人群收入水平分析

##### 7.12.4 购买人群消费比重分析

##### 7.12.5 产品各方面性能比较

##### 7.12.6 优势分析

#### 7.13 澳优

##### 7.13.1 消费者购买渠道分析

##### 7.13.2 消费者购买频率分析

##### 7.13.3 购买人群收入水平分析

##### 7.13.4 购买人群消费比重分析

##### 7.13.5 产品各方面性能比较

##### 7.13.6 优势分析

#### 7.14 金摇篮

##### 7.14.1 消费者购买渠道分析

##### 7.14.2 消费者购买频率分析

##### 7.14.3 购买人群收入水平分析

##### 7.14.4 购买人群消费比重分析

##### 7.14.5 产品各方面性能比较

##### 7.14.6 优势分析

### 第八章 2015-2019年中国奶粉所属行业进出口情况分析

#### 8.1 2015-2019年中国脂肪含量 1.5%固状乳及奶油所属行业进出口分析

##### 8.1.1 2015-2019年中国脂肪含量 1.5%固状乳及奶油所属行业进口统计

##### 8.1.2 2015-2019年中国脂肪含量 1.5%固状乳及奶油所属行业出口统计

##### 8.1.3 2015-2019年中国脂肪含量 1.5%固状乳及奶油所属行业进出口均价分析

##### 8.1.4 2015-2019年中国脂肪含量 1.5%固状乳及奶油所属行业进出口情况

##### 8.1.5 2015-2019年中国脂肪含量 1.5%固状乳及奶油所属行业进出口流向情况

#### 8.2 2015-2019年中国脂肪量 > 1.5%未加糖固状乳及奶油所属行业进出口分析

##### 8.2.1 2015-2019年中国脂肪量 > 1.5%未加糖固状乳及奶油所属行业进口统计

##### 8.2.2 2015-2019年中国脂肪量 > 1.5%未加糖固状乳及奶油所属行业出口统计

##### 8.2.3 2015-2019年中国脂肪量 > 1.5%未加糖固状乳及奶油所属行业进出口均价分析

##### 8.2.4 2015-2019年中国脂肪量 > 1.5%未加糖固状乳及奶油所属行业进出口情况

- 8.2.5 2015-2019年中国脂肪量 > 1.5%未加糖固状乳及奶油所属行业进出口流向情况
- 8.3 2015-2019年中国脂肪量 > 1.5%的加糖固状乳及奶油所属行业进出口分析
  - 8.3.1 2015-2019年中国脂肪量 > 1.5%的加糖固状乳及奶油所属行业进口统计
  - 8.3.2 2015-2019年中国脂肪量 > 1.5%的加糖固状乳及奶油所属行业出口统计
  - 8.3.3 2015-2019年中国脂肪量 > 1.5%的加糖固状乳及奶油所属行业进出口均价分析
  - 8.3.4 2015-2019年中国主要省市脂肪量 > 1.5%的加糖固状乳及奶油所属行业进出口情况
  - 8.3.5 2015-2019年中国脂肪量 > 1.5%的加糖固状乳及奶油所属行业进出口流向情况

## 第九章 2015-2019年婴幼儿奶粉技术发展分析

- 9.1 婴幼儿奶粉技术发展进程
- 9.2 婴幼儿奶粉技术的研究
  - 9.2.1 酶水解生产婴幼儿配方奶粉新技术
  - 9.2.2 婴幼儿奶粉新配方的研究
  - 9.2.3 早产儿奶粉市场开发
- 9.3 球蛋白(IG)在婴儿配方奶粉中的应用
  - 9.3.1 国际上将IG应用于乳制品的研究进展情况
  - 9.3.2 球蛋白应用于婴儿奶粉的研究开发现状
- 9.4 婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的研究
  - 9.4.1 DHA和AA的生理功能
  - 9.4.2 母乳中的DHA和AA
  - 9.4.3 婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的必要性
  - 9.4.4 国内外婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA现状
  - 9.4.5 婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA应注意问题
- 9.5 婴幼儿配方奶粉的核心
  - 9.5.1 婴幼儿配方奶粉的实质
  - 9.5.2 复配营养素是婴幼儿配方奶粉产业链的核心

## 第十章 2015-2019年中国奶牛场生产管理状况分析

- 10.1 2015-2019年奶牛场的基本状况
  - 10.1.1 所有制形式
  - 10.1.2 人员结构
  - 10.1.3 奶牛存栏量
- 10.2 2015-2019年奶牛场的饲养管理状况
  - 10.2.1 牛群结构
  - 10.2.2 单产水平

- 10.2.3 TMR饲喂技术采用情况
- 10.2.4 机械化挤奶情况
- 10.2.5 粗饲料使用情况
- 10.2.6 疾病防治情况
- 10.3 2015-2019年奶牛场原料奶的质量情况
  - 10.3.1 乳脂率
  - 10.3.2 乳蛋白率
  - 10.3.3 细菌总数
  - 10.3.4 体细胞数
- 10.4 2015-2019年奶牛场效益情况
  - 10.4.1 原料奶收购价格
  - 10.4.2 饲养成本
  - 10.4.3 盈利情况
- 10.5 2015-2019年奶牛养殖业形势分析
  - 10.5.1 原料奶价格持续走高
  - 10.5.2 奶牛存栏下降
  - 10.5.3 生产成本上涨

## 第十一章 2015-2019年中国婴幼儿奶粉市场主要品牌动态分析

- 11.1 婴幼儿配方奶粉主要品牌比较分析
  - 11.1.1 主要品牌婴幼儿配方奶粉的横向对比
  - 11.1.2 低价位不合格婴幼儿奶粉品牌分析
- 11.2 多美滋
  - 11.2.1 多美滋在华追加8亿投资
  - 11.2.2 多美滋金盾推出益生元营养米粉
  - 11.2.3 多美滋在婴儿研究上有新突破
- 11.3 美赞臣
  - 11.3.1 美赞臣升级婴幼儿A+系列产品
  - 11.3.2 2015-2019年美赞臣奶粉全面提价
  - 11.3.3 美赞臣在华建婴儿营养中心
  - 11.3.4 美赞臣高端品牌攻略分析
- 11.4 惠氏
  - 11.4.1 惠氏谋建亚洲大配方奶粉厂
  - 11.4.2 惠氏要做婴幼儿配方奶粉品牌
  - 11.4.3 惠氏以制药的经验制造奶粉

#### 11.4.4 惠氏公司为新产品发起创意竞标

### 11.5 雀巢

#### 11.5.1 雀巢抢夺国内高端幼儿奶粉市场

#### 11.5.2 雀巢益生菌奶粉预防婴儿过敏

#### 11.5.3 雀巢奶粉钙及磷含量过低被警告

### 11.6 雅培

#### 11.6.1 雅培公司120年成长秘密解析

#### 11.6.2 雅培全球召回折射中国网购弊端

#### 11.6.3 雅培在中国本土化加速

### 11.7 伊利

#### 11.7.1 伊利奶粉荣膺三项殊荣

#### 11.7.2 伊利进军高端奶粉市场

#### 11.7.3 伊利建成全球奶粉样板工厂

#### 11.7.4 伊利建大型婴幼儿奶粉基地

### 11.8 蒙牛

#### 11.8.1 蒙牛国内市场的优势进一步扩大

#### 11.8.2 蒙牛携手国际巨头抢滩高端奶粉市场

#### 11.8.3 蒙牛跻身世界16强成为乳业先锋

#### 11.8.4 蒙牛用科技实力提升品牌竞争力

### 11.9 完达山

#### 11.9.1 完达山奶粉实现功能细分

#### 11.9.2 完达山打造绿色奶源基地

#### 11.9.3 完达山乳业迎来高速发展期

### 11.10 圣元

#### 11.10.1 圣元抓牢质量关赢得市场

#### 11.10.2 圣元乳业打造百年民族品牌

#### 11.10.3 圣元“早熟门”事件及其影响

## 第十二章 2015-2019年中国婴幼儿奶粉营销分析

### 12.1 2015-2019年国产婴幼儿奶粉市场营销分析

#### 12.1.1 婴幼儿奶粉主流品牌营销模式分析

#### 12.1.2 婴幼儿奶粉市场面临跨区域营销问题

#### 12.1.3 隔代教养差异与婴幼儿乳品营销分析

#### 12.1.4 消费者教育与口碑传播营销策略

### 12.2 2015-2019年中国婴幼儿奶粉中的4P营销分析

- 12.2.1 产品和需求
- 12.2.2 价格和价值
- 12.2.3 渠道和方便性
- 12.2.4 促销和传播
- 12.2.5 以产品为中心到以需求为中心
- 12.2.6 奶粉新营销组合因素的产生
- 12.3 2015-2019年中国婴幼儿奶粉市场协同营销分析
  - 12.3.1 协同营销的紧迫性
  - 12.3.2 协同营销的优势
  - 12.3.3 协同营销的前提
  - 12.3.4 协同营销的市场影响
- 12.4 2015-2019年中国婴幼儿奶粉三种成功营销模式
  - 12.4.1 差异化营销
  - 12.4.2 数据库营销
  - 12.4.3 整合式营销
- 12.5 2015-2019年国产品牌婴幼儿奶粉营销策略选择
  - 12.5.1 加强品质管理提高产品质量
  - 12.5.2 进行市场细分占领农村市场
  - 12.5.3 通过整合营销突出品牌个性
  - 12.5.4 重视医务渠道建设抢占市场先机
  - 12.5.5 做好深度分销重视促销和人性化管理

### 第十三章 中国婴幼儿奶粉负面事件影响分析

- 13.1 三聚氰胺事件分析
  - 13.1.1 三鹿婴幼儿奶粉三聚氰胺超标
  - 13.1.2 22家企业婴幼儿奶粉检出三聚氰胺
  - 13.1.3 伊利VS蒙牛回应“毒奶粉”事件
  - 13.1.4 三聚氰胺使国内乳业巨头损失惨重
- 13.2 安徽阜阳劣质奶粉事件
  - 13.2.1 “空壳奶粉”与“大头娃娃”
  - 13.2.2 安徽阜阳劣质奶粉事件概况
  - 13.2.3 阜阳劣质奶粉事件各方应对措施
  - 13.2.4 安徽阜阳劣质奶粉事件调查结果
- 13.3 国际婴幼儿奶粉品牌负面事件
  - 13.3.1 雀巢奶粉碘超标凸显跨国公司信任危机

- 13.3.2 美赞臣公司出现含有金属颗粒婴幼儿奶粉
- 13.3.3 2015-2019年雅培公司召回500万罐问题奶粉
- 13.4 婴幼儿奶粉其他不合格事件
  - 13.4.1 三种婴儿奶粉磷钙铁锌严重低于标准含量
  - 13.4.2 婴幼儿乳粉三成不合格
  - 13.4.3 婴幼儿奶粉营养强化剂不达标
  - 13.4.4 邮寄洋奶粉发现致命阪崎肠杆菌

## 第十四章 中国奶粉行业重点企业分析

- 14.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司
  - 14.1.1 企业基本情况
  - 14.1.2 公司经营状况分析
  - 14.1.3 公司经营状况分析
  - 14.1.4 企业运营指标状况
  - 14.1.5 企业未来发展策略分析
- 14.2 光明乳业股份有限公司
  - 14.2.1 企业基本情况
  - 14.2.2 公司经营状况分析
  - 14.2.3 公司经营状况分析
  - 14.2.4 企业运营指标状况
  - 14.2.5 企业未来发展策略分析
- 14.3 澳优乳业股份有限公司
  - 14.3.1 企业基本情况
  - 14.3.2 澳优婴幼儿奶粉产品介绍
  - 14.3.3 公司经营状况分析
  - 14.3.4 公司经营状况分析
- 14.4 American Dairy (飞鹤乳业)
  - 14.4.1 企业基本情况
  - 14.4.2 公司经营状况分析
  - 14.4.3 公司经营状况分析
  - 14.4.4 企业运营指标状况
- 14.5 Mead Johnson Nutrition (美赞臣)
  - 14.5.1 美赞臣公司简介
  - 14.5.2 公司经营状况分析
  - 14.5.3 公司经营状况分析

14.5.4 企业运营指标状况

14.6 美赞臣营养品（中国）有限公司

14.6.1 企业基本情况

14.6.2 企业主要经济指标

14.6.3 企业盈利能力分析

14.6.4 企业偿债能力分析

14.6.5 企业运营能力分析

14.6.6 企业成本费用分析

14.7 上海惠氏营养品有限公司

14.7.1 企业基本情况

14.7.2 企业主要经济指标

14.7.3 企业盈利能力分析

14.7.4 企业偿债能力分析

14.7.5 企业运营能力分析

14.7.6 企业成本费用分析

14.8 黑龙江省完达山乳业股份有限公司

14.8.1 企业基本情况

14.8.2 企业主要经济指标

14.8.3 企业盈利能力分析

14.8.4 企业偿债能力分析

14.8.5 企业运营能力分析

14.8.6 企业成本费用分析

14.9 广州市合生元生物制品有限公司

14.9.1 企业基本情况

14.9.2 企业主要经济指标

14.9.3 企业盈利能力分析

14.9.4 企业偿债能力分析

14.9.5 企业运营能力分析

14.9.6 企业成本费用分析

14.10 哈尔滨太子乳品工业有限公司

14.10.1 企业基本情况

14.10.2 企业主要经济指标

14.10.3 企业盈利能力分析

14.10.4 企业偿债能力分析

14.10.5 企业运营能力分析

#### 14.10.6 企业成本费用分析

### 第十五章 2020-2025年中国婴幼儿奶粉行业发展趋势预测与策略分析

#### 15.1 2020-2025年中国婴幼儿奶粉行业前景分析

##### 15.1.1 “占有率”是竞争优势

##### 15.1.2 “产品品质”是成功关键

##### 15.1.3 “品牌价值”是助推器

#### 15.2 2020-2025年中国婴幼儿奶粉市场发展趋势

##### 15.2.1 政府对行业的政策支持力度加大

##### 15.2.2 农村市场将成为争夺重点

##### 15.2.3 市场将出现高端混战

##### 15.2.4 市场竞争下行业购并不可避免

##### 15.2.5 婴幼儿奶粉“无香”是大趋势

#### 15.3 2020-2025年中国奶粉企业进军高端市场策略分析

##### 15.3.1 目标市场的重新审视

##### 15.3.2 品牌架构的重新审视

##### 15.3.3 品牌内涵的重新审视

##### 15.3.4 产品创新的重新审视

##### 15.3.5 品牌传播的重新审视

##### 15.3.6 渠道管理的重新审视

#### 15.4 2020-2025年中国婴幼儿奶粉市场规模预测

##### 15.4.1 2020-2025年中国婴幼儿奶粉零售量预测分析

##### 15.4.2 2020-2025年中国婴幼儿配方奶粉零售规模预测

##### 15.4.3 2020-2025年中国标准配方奶粉零售规模预测

##### 15.4.4 2020-2025年中国后续配方奶粉零售规模预测

##### 15.4.5 2020-2025年中国幼儿配方奶粉零售规模预测

### 第十六章 2020-2025年中国婴幼儿奶粉行业投资战略研究

#### 16.1 2015-2019年中国婴幼儿奶粉投资概况（AK ZJH）

##### 16.1.1 2015-2019年蒙牛投巨资争抢婴儿奶粉市场

##### 16.1.2 2015-2019年天友乳业投资婴幼儿奶粉市场

##### 16.1.3 2015-2019年辉山婴幼儿奶粉基地投资概况

##### 16.1.4 未来中国婴幼儿奶粉业投资环境分析

#### 16.2 2020-2025年中国奶粉业市场投资机会分析

##### 16.2.1 中国已经成为世界奶粉消费大国

- 16.2.2 中国婴幼儿奶粉投资潜力分析
- 16.2.3 高端市场的投资机会分析
- 16.2.4 与产业链相关的投资机会分析
- 16.3 2020-2025年中国婴幼儿奶粉投资风险预警
  - 16.3.1 宏观调控风险
  - 16.3.2 产业政策风险
  - 16.3.3 市场竞争风险
  - 16.3.4 产品质量风险
  - 16.3.5 成本价格风险
  - 16.3.6 其他风险分析
- 16.4 2020-2025年中国婴幼儿奶粉行业投资建议
  - 16.4.1 婴幼儿奶粉SWOT分析
  - 16.4.2 适时进军高端奶粉市场
  - 16.4.3 二三线市场还有待开发

图表目录：

- 图表1 2015-2019年国内生产总值季度累计同比增长率（%）
  - 图表2 2015-2019年居民消费价格指数（上年同月=100）
  - 图表3 2015-2019年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）
  - 图表4 2015-2019年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）
  - 图表5 2015-2019年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）
  - 图表6 奶粉及婴幼儿食品的部分营养质量和卫生指标
  - 图表7 2015-2019年中国乳制品产量分省市统计
  - 图表8 奶粉行业环境“波特五力”分析模型
  - 图表9 婴儿配方奶粉用户喂哺方式
  - 图表10 奶粉类型选购调查
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/490049.html>